



راديو مقبول مخاطب و فرهنگيان جامعه است

گفتاری از ابوالحسن صادقی جهانی، مدیر کل صداوسیماي مرکز قزوین

ابوالحسن صادقی جهانی چهره‌ای آشنا برای همکاران سازمان است که سابقه فعالیت در بسیج، سپاه و شورای نگهبان را در کارنامه خود دارد. او کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی است و دارای تألیفات متعددی در حوزه فرهنگ و رسانه می‌باشد. آثار صادقی شامل تحقیقاتی درباره چگونگی مواجهه با تهاجم فرهنگی غرب در کشورهای اسلامی، و همچنین مدیریت فرهنگی و عملیات روانی در جنگ نرم است. صادقی در دوران مسئولیت خود در مراکز مختلف صداوسیما منشور رسانه در شبکه‌های استانی را تألیف نمود و در زمینه همبستگی اجتماعی و نقش رسانه در تحکیم اتحاد ملی و همچنین همگرایی فکری جریان‌های اجتماعی آثار ارزشمندی را تولید کرد که می‌توان آنها را از منابع مفید و کاربردی حوزه رسانه دانست.

در طی دوران حضور در استان زنجان، صادقی مسئولیت عضویت در هیئت‌های نظارت بر انتخابات ریاست جمهوری را بر عهده داشت و مدتی نیز به‌عنوان مدیر اطلاعات و برنامه‌ریزی و دبیر اتاق فکر صداوسیماي مرکز زنجان فعالیت داشت و مجموعه این تلاش‌ها باعث شد تا در سمت مدیر کل صداوسیماي مرکز زنجان افتخار خدمت به جامعه اسلامی را پیدا کند. پس از این دوره صادقی به‌عنوان مدیر کل صداوسیماي اردبیل منصوب گردید و منشأ خدمات مؤثری در این استان شد. از جمله اقدامات مؤثر او در این دوران تولید برنامه‌های خاص از شخصیت‌های مذهبی مانند مرحوم مؤذن‌زاده بود که هم‌اینک نیز این آثار در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی استفاده می‌شود.

در سال جاری صادقی به‌عنوان مدیر کل صداوسیماي مرکز قزوین موقعیت شغلی جدیدی را تجربه می‌کند و امیدواریم با دانش و تخصص و تعهدی که نسبت به ارزش‌های انقلاب اسلامی دارد و همچنین شناخت علمی که از قابلیت‌های مراکز استانی کسب نموده منشأ تحولات و پیشرفت‌های بیشتری در این مرکز باشد. برای ایشان و تمامی همکارانمان در صداوسیماي مرکز قزوین آرزوی سلامتی و توفیق داریم.

محمد مهدی لبیبی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

در آغاز از لطف و محبت همه عوامل مجله وزین رادیو در معاونت صدای سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و بانی این ارتباط و نشست از صمیم قلب تشکر و قدردانی می‌کنم.

لازم است از شرایط جاری، با نگاه به حال و آینده رسانه‌ها و توجه به مزیت‌ها و فرصت‌های رادیو، تحلیلی واقع‌بینانه ارائه دهیم و حداقل دورنمایی از سی سال آینده رسانه‌ها داشته باشیم. جایگاه و خاستگاه رسانه‌ها، چگونگی تعامل میان آنها و وضعیت مطلوب رادیو در مقاطع گوناگون زمانی باید تجزیه و تحلیل شود. اگر این کار صورت نپذیرد قطعاً رادیو نمی‌تواند به خاستگاه اجتماعی و فرهنگی مورد انتظار نائل شده و در آن عرصه باقی بماند. اگر طراحان و برنامه‌ریزان رادیو این مسائل را خوب ارزیابی نموده و شرایط جدید را کشف نمایند، رادیو می‌تواند در این عرصه فضاهای جدیدی را برای خود تعریف کند. در تحلیل رادیو باید نقاط متمایز و ویژه این رسانه را خوب شناخت که در اینجا به برخی از مزیت‌های نسبی آن اشاره می‌شود: ۱. رادیو همچنان دارای مخاطبان انبوه است، ۲. رادیو رسانه‌ای گرم و صمیمی است، ۳. رادیو رسانه‌ای در دسترس و ارزان است، ۴. رادیو رسانه‌ای همراه و مقبول مخاطب به‌ویژه فرهیختگان است، ۵. رادیو سرعت بالایی در انتقال پیام، رویدادها و حوادث دارد و محدودیت‌های موجود در جابه‌جایی دیگر رسانه‌ها را ندارد، ۶. رادیو رسانه‌ای تصویرساز و تخیل‌آفرین است و این یک مزیت منحصر به فرد بوده و برای جذب مخاطب در این رسانه بسیار کارساز و مؤثر است. اگر مشخصه‌ها و مزیت‌های رادیو در شرایط امروز به‌درستی شناسایی، ارزیابی و احصاء شوند، می‌توان از آنها در شرایط جدید بهره‌گیری مناسبی داشت. طراحان و برنامه‌ریزان در تحلیل وضعیت مطلوب

برای آینده رادیو باید پاسخ چند پرسش را در حوزه اندیشه و طراحی مشخص نمایند؛ از جمله آرایش رسانه‌ها چگونه خواهد بود؟ کدام رسانه‌ها می‌توانند رقیبی جدی برای رادیو باشند؟ رادیو با کدام یک از آنها می‌تواند همکاری و همزیستی با راهبرد «برد- برد» داشته باشد؟ رادیو با کدام یک از رسانه‌ها می‌تواند تعامل ایجاد کرده و علاوه بر افزودن به میزان مخاطب، همچنان رسانه‌های همراه باقی بمانند؟ در هدف- گذاری‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی اقدامات جامع‌نگر و جامعه‌محور تمامی این موارد با رویکرد هم‌افزایی، مورد تأکید است.

نکته کلیدی دیگر تغییر رویکرد طراحان و برنامه‌ریزان رادیو از نگاه آینده‌نگری به آینده‌پژوهی است.

در رویکرد آینده‌نگر جهت‌گیری طراحان و برنامه‌ریزان به سمت آینده مطلوب و آرمانی است، در حالی که در آینده‌پژوهی اساساً طراحان و برنامه‌ریزان باید به دنبال ساختن آینده مطلوب باشند و این یعنی بهره‌گیری از همه مزیت‌ها و قوت‌ها و تبدیل شدن تهدیدها به فرصت‌های مناسب و راهگشا در همه مقاطع رسانه.

موضوع دیگر که لازم است در مطالعات و بررسی‌ها به‌صورت مؤثر و کارشناسی به آن توجه شود این است که آیا در شرایط امروز از همه فناوری‌ها و ابزارهای ممکن و موجود برای به‌روزرسانی رسانه‌ها بهره

مجله جامع علوم انسانی

مدیران استراتژیک و راهبردنویسان رادیو دارای نگاهی تحول‌زا هستند و می‌توانند از امکانات و فناوری‌های جدید به‌خوبی استفاده کنند، بنابراین با درجه اطمینان بسیار بالا می‌توان به وضعیت مطلوب رادیو در آینده مطمئن بود.

برده‌ایم؟

بر این باوریم که تحول رسانه‌ها از مؤلفه‌های کلیدی بوده و وابستگی جدی به میزان مهارت‌افزایی و دانش‌زایی نیروی انسانی موجود در رسانه هم در حوزه استراتژیک و راهبردی و هم در مجموعه نیروهای تاکتیکی و تکنیکی دارد.

بالاترین سرمایه سازمان‌ها به‌ویژه رادیو، در حال حاضر بهره‌مندی از نیروی انسانی ماهر، متفکر، خلاق، مبدع، آینده‌پژوه و تحول‌زاست.

تلاش طراحان و راهبردنویسان رسانه رادیو باید متکی بر سازوکارهای کارآمد برای شناسایی، جذب، نگهداری و مهارت‌افزایی نیروی انسانی با رویکرد بسط و توسعه فکری و تربیتی این افراد با قدرت ذهنی و ورزیدگی و پردازشگری بالا باشد که خوشبختانه شاهد آن هستیم.

کسانی که در رادیو کار می‌کنند، در همه سطوح سازمانی برای ماندن در رقابت‌های نفس‌گیر رسانه‌ای، نیاز به دانش و مهارت‌های لازم در روش‌ها و فنون رسانه‌ای با هدف جذب، اثرگذاری و اعتمادآفرینی در مخاطب دارند. اگر در طراحی‌ها و برنامه‌ریزی‌ها به این نکات و مسائلی از این قبیل توجه شود و در کشف و شناسایی راه‌حل‌ها هم به علمی بودن و هم اجرایی و عملی شدن آنها عنایت گردد، به‌طور یقین می‌توان گفت که رادیو علاوه بر حفظ شرایط جاری در عرصه‌های جدید نیز به‌خوبی می‌تواند ایفای نقش نماید و در حال حاضر نیز موفقیت رادیو در عرصه‌های مختلف ناشی از همین استراتژی است.

مدیران استراتژیک و راهبردنویسان رادیو دارای نگاهی تحول‌زا هستند و می‌توانند از امکانات و فناوری‌های جدید به‌خوبی استفاده کنند، بنابراین با درجه اطمینان بسیار بالا می‌توان به وضعیت مطلوب رادیو در آینده مطمئن بود.



**شبکه استانی قزوین تا شش
ماهه اول سال جاری روزانه
پانزده ساعت برنامه داشت،
اما برابر سیاست‌های ابلاغی
سازمان در قالب برنامه و
بودجه سال ۱۳۹۱ تلاش
می‌شود در چهار ماه پایان
سال میزان پخش روزانه آن
به ۲۰ ساعت افزایش یابد.**

ساعت برنامه داشت، اما برابر سیاست‌های ابلاغی سازمان در قالب برنامه و بودجه سال ۱۳۹۱ تلاش می‌شود در چهار ماه پایان سال میزان پخش روزانه آن به ۲۰ ساعت افزایش یابد و در قالب جلسات کارشناسی که با اداره کل صدای استان‌ها برگزار شده، از آذرماه این اقدام آغاز شده است. شبکه‌های استانی دارای چند اولویت جدی هستند که از جمله آنها کارویژه‌های مربوط به خرده‌فرهنگ‌ها، آداب و رسوم، سنن، تقویت باورهای مذهبی، توجه و تمرکز بر روی توسعه متوازن مناطق مختلف استان، انعکاس خدمات نظام و پل ارتباطی میان مردم با مسئولان محلی و استانی و داشتن رویکرد پرسشگرانه از متولیان و مسئولان استان است. در این راستا توجه به مخاطبان جوامع هدف از جمله دانشگاهیان، فرهیختگان، جامعه قرآنی و دینی، بررسی و مرور همه‌جانبه تاریخ، تمدن و هنر استان با تأکید بر مؤلفه‌های اسلامی- ایرانی، جریان‌سازی رسانه‌ای در مناسبت‌های دینی، انقلابی و خاص استان حائز اهمیت است. در کنار این مباحث شبکه‌های استانی رادیو تلاش و تمرکز خاصی بر ارائه تولیدات کیفی و اثرگذار دارند و با داشتن نیروهای

خوشبختانه ساکنان استان قزوین به دلیل مجاورت با استان تهران می‌توانند هشت شبکه رادیویی را بر روی باند FM و شانزده شبکه [رادیویی] را بر روی فرستنده‌های دیجیتال دریافت کنند. همچنین شبکه‌های رادیویی استانی، فرهنگ، ایران، پیام و قرآن بر روی امواج متوسط در استان قزوین قابل دریافت است.

در زمینه محدودیت‌ها و مزیت‌های شبکه رادیویی، یک طرف قضیه بحث ساخت‌افزایی و فناوری فعلی است، به دلیل آنکه در حال حاضر رویکرد سازمان گذر از آنالوگ به سمت دیجیتال است. چون هنوز نقاطی هستند که این امکان را ندارند و نیز افرادی هستند که بنا به دلایلی نمی‌توانند اقدام به خرید و تهیه مبدل دیجیتال نمایند باید اقداماتی صورت گیرد تا این ابزار در دسترس عموم قرار گیرد. ولی در حوزه نرم‌افزاری دسترسی آحاد جامعه به همه شبکه‌های رادیویی اگر با رویکرد منظومه‌ای و مجموعه‌ای برای هدایت افکار عمومی و مدیریت فرهنگی جامعه باشد، می‌تواند در آرایش رسانه‌ای کشور مؤلفه‌های هم‌افزایی و هم‌راستایی را به ارمغان آورد و تقریباً جامعه هدف با تمامی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

سلیقه‌ها و ذائقه‌ها می‌تواند گرایش‌ها و مطالبات خود را در این شبکه‌ها پیدا کند و این ارمغان بزرگی است که حاصل تلاش دلسوزانه همکاران ما در سازمان صداوسیما بوده است.

همانطور که می‌دانید، رادیو قزوین یک شبکه استانی است و بین رادیوهای محلی با شبکه‌های استانی تمایز وجود دارد. اولین تمایز اینکه شبکه‌های استانی دارای هویت و تشخیص در مقایسه با رادیوهای ملی هستند. شبکه استانی قزوین تا شش ماهه اول سال جاری روزانه پانزده

انسانی کارآمد و مسئولیت‌پذیر و همدل، امیدواریم بتوانیم به جایگاه متعالی مورد نظر مقام معظم رهبری (مدظله) و ریاست محترم سازمان دست یابیم.

برای شکوفایی هر چه بیشتر رادیو در سپهر رسانه‌ای باید از ساز و کارهای علمی و دانش‌محور بهره گرفت. این مقوله باید در حوزه علوم نوین بررسی و تبیین شود. بر اساس مفروض‌های آینده‌پژوهی بهترین روش برای پایداری رادیو، ترسیم آینده مطلوب برای این رسانه است. ساختن آینده بر مدار آرمان‌های مطلوب از طریق تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران در حوزه رادیو امکان‌پذیر است.

در مطالعات آینده‌پژوهی شناسایی راهبردهای پیشرفت و توسعه و استراتژی‌های جذاب، تأثیرگذار و کارآمد رادیو در دستور کار است. اگر طراحان و برنامه‌ریزان بتوانند با تحلیل واقع‌بینانه و متکی بر محاسبات علمی از شرایط جاری و روز سپهر رسانه‌ای تصویری جامع و روشن از آینده ارائه کنند، می‌توان به ارتقای جایگاه در نظام رسانه‌ای امیدوار و مطمئن بود. شرایطی که امروزه شاهد آن هستیم دلیل روشنی بر این موفقیت‌هاست.

در زمینه آرایش رسانه‌ای کشور نیز نیاز است با فراخوان و دعوت از صاحب‌نظران در یک فضای کاملاً علمی و به‌دور از شتابزدگی نسبت به تدوین افق آینده که مبتنی بر برنامه‌ریزی استراتژیک باشد، اقدام کرد. تاکنون گام‌های بسیار بلندی در ارتباط با رادیو در رسانه ملی برداشته شده که جای تقدیر دارد، اما طرح این بحث در یک فضای انتزاعی و تجربی بدون ملاحظه محدودیت‌ها و تنگناها و در تحلیلی مبتنی بر شناسایی قوت، ضعف، فرصت و تهدید امکان‌پذیر است.

سرمایه هر رسانه مخاطبان آن رسانه‌اند. تمرکز طراحان و برنامه‌ریزان استراتژیک باید بر روی مطالعات چندوجهی همراه با فرضیه‌سازی در مجموعه‌های کارشناسی باشد. به‌عنوان مثال مؤلفه‌های «جذب»، «اعتمادآفرینی» و «کسب رضایت» در مخاطبان نتیجه اثربخشی و کارایی

رسانه‌هاست.

موفقیت برنامه‌های رادیو در نظام رسانه‌ای حاصل هم‌راستامودن سه عنصر تعیین‌کننده برنامه‌سازی یعنی «مصلحت»، «گرایش» و «نیاز» بوده و معمولاً توجه و تمرکز بیش از حد بر یکی از این مؤلفه‌ها می‌تواند رسانه را از رسالت‌های تعریف‌شده آن دور سازد. البته این موضوع نیازمند بسترسازی برای حرکت نظام رسانه‌ای کشور با رویکرد دانایی‌محوری و توانایی‌مداری در کلیه سطوح سازمانی بوده و ایجاد می‌کند که سازمان از کیفیتی تعالی‌بخش و یادگیرنده برخوردار باشد. رسانه‌ای که تأثیرگذار بوده و عنصر تأثیرپذیری از مخاطب را در وجودش نهادینه کند، قطعاً آینده‌ای مطلوب را متصور خواهد بود.

در پایان لازم است یک‌بار دیگر از اهتمام، مسئولیت‌پذیری و تلاش‌های ارزشمند دوستان عزیزم در معاونت صدا و مجله رادیو قدردانی کنم.

در حال حاضر مجله رادیو توفیقات خوبی داشته و حرکت آن رو به جلو و تأثیرگذار است، ولی رویکرد غالب این نشریه معطوف به شبکه‌های سراسری و غالباً نیز در حوزه اندیشه‌ای و مطالعات علمی است و کمتر در آن به شبکه‌های استانی پرداخته می‌شود که لازم است این موضوع بیشتر مورد عنایت قرار گیرد. می‌توان با شبکه‌های استانی ارتباط و تعامل تعالی‌بخش و سازنده‌ای برقرار کرد. نکته بعدی در این باره سیاستگذاری در ارتباط با نظام توزیع مجله در استان‌هاست که برنامه‌سازان شبکه‌های استانی باید بیشتر از این مجله استفاده کنند و دسترسی راحت‌تری به آن داشته باشند.

آنچه از اظهارنظرها و نظرسنجی‌های عمومی از مخاطبان انجام شده نشان می‌دهد که نشریه در بسیاری از موضوعات، توانسته است موفق و اثرگذار ظاهر شود. برای همه شما عزیزان آرزوی سلامت و توفیق دارم.